2021

SHEILA ALGARRA

CONTIENE...

FORMACIÓN/ EXPERIENCIA / PRESENTACIÓN/ ARTÍCULOS/
DISEÑO/GESTIÓN DE REDES SOCIALES

01

ÍNDICE

02

CURRÍCULUM

Formación. informática, idiomas, otros cursos y otros datos de interés.

03

CURRÍCULUM

Conóceme algo más y valora mi experiencia.

04

SOBRE MÍ

Conoce mis motivaciones y aspiraciones

05

ARTÍCULO

Un ejemplo de artículo de opinión

06

MICRORRELATOS

Dos pequeños microrrelatos, así como un artículo.

07

INFORMES Y CARTELERÍA

Dos ejemplos de maquetación

08/09

GESTIÓN DE REDES SOCIALES

Ejemplos de creatividades en esta red social.

10/11

ILUSTRACIONES INSTAGRAM

Ejemplos de creatividades en esta red social.

12/13

GESTIÓN Y CAMPAÑAS

Ejemplos de campañas para generar engagement en redes sociales.

sheila algarra

COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

2020–Actualidad	Máster Profesional en Gestión y Administración Pública en el Centro de Estudios Financieros (CEF).
2020	Alumno 4.0 Microsoft Dynamics 365: Core Finances and Operations. Certificado MB-300 Microsoft Dynamics 365.
2016–2017	Máster en Dirección de Comunicación y Publicidad en ESIC.
2016–2017	Máster en Dirección de Comunicación y Nuevas Tecnologías en la URJC.
2012–2016	Grado en Periodismo en la UCLM.

INFORMÁTICA

- MICROSOFT DYNAMICS 365: FINANCES AND OPERATIONS
- HOJAS DE CÁLCULO
- PRESENTACIONES
- PROCESADOR DE TEXTO
- ILLUSTRATOR
- INDESIGN
- PHOTOSHOP
- HOOTSUITE
- SEMRUSH
- GOOGLE ANALYTICS
- FACEBOOK ADS, TWITTER ADS E INSTAGRAM ADS
- WORDPRESS

IDIOMAS

Inglés

Escrito	●●●●●●
Hablado	●●●●
Traducción	●●●●●●
Técnico	●●●●●

OTROS DATOS DE INTERÉS

- Blog personal http://elgritodelacaverna.blogspot.com.es/
- Dos años de experiencia como azafata de eventos
- Curso de narración deportiva en la UCLM
- Curso de Edición de informativos en la UCLM

OTROS CURSOS

2020	Curso posicionamiento Web para el emprendimiento (SEO y SEM).
2018	Curso básico de Marketing Digital (Actívate con Google).
2018	"Ciberseguridad, redes sociales y propaganda". UCLM.
2016	De las relaciones públicas a la comunicación corporativa. UCLM.
2014	Cooperación al desarrollo "Periodismo y Conflictos Internacionales". UCLM.

21/01/1993 | 627445297 | sheilaalgtomillo@gmail.com | Madrid | Carnet de conducir y vehículo propio

"Apasionada de la comunicación con gran capacidad de compromiso".

Nuevas tecnologías, Comunicación, RSC, RRSS, Social Media, Marketing Digital, Periodismo, Diseño Gráfico, Publicidad, RRPP, Gestión de Imagen y Tercer Sector.

Complicado definir los límites de la comunicación; la gestión de intangibles, a mí me gusta definirla así. Redactora de contenidos SEO y multimedia. Creo en la importancia de tener una visión creativa a la vez que estratégica. Lo más destacable de mi experiencia profesional ha sido aprender la receta de factores para conseguir grandes objetivos: el trabajo en equipo, el compromiso, el sentido común y, lo más importante siempre, las personas.

1

junio 2015 – agosto 2015

PERIODISTA EN VOCES DE CUENCA

Generación de contenidos en el periódico: realización de reportajes, noticias y crónicas multimedia, así como edición de fotografía y movimiento en redes sociales.

2

febrero 2017 – abril 2018

COMUNICACIÓN CORPORATIVA EN COFIDES

Redacción de notas de prensa corporativas y de operaciones financieras, clipping de prensa diario y generación del resumen de prensa mensual. Gestión de campañas y de contenido en redes sociales así como Analítica Web, además de miembro del Comité de Comunicación Interna. También encargada del contacto con proveedores y de la maquetación de folletos corporativos y colaboración en el diseño y creación de elementos gráficos corporativos. Asimismo, apoyo en la organización de eventos de la entidad.

3

Agosto 2018– Enero 2020

COMUNICACIÓN DE PROYECTOS EN ADICAE

Coordinación central del proyecto: "Retos de los consumidores ante las redes sociales y la innovación digital: nuevas tendencias y canales de publicidad, información y compra" financiado por el Ministerio de Consumo en ADICAE. Encargada de impulsar y coordinar la difusión del proyecto y sus actividades a todos los niveles, incluida la gestión de campañas de publicidad online y offline.

Además de las tareas de comunicación de los proyectos, generación de notas de prensa y relación con los medios, contenidos que forman parte de la parte más estructural de la asociación.

4

Noviembre 2020 – Actualidad

COMMUNITY MANAGER GRUPO MONET

Gestión de contenidos y campañas en redes sociales y web del Grupo Monet Restaurantes Cuenca. Cuentas:

@grupomonetrestaurantes
@mesonpuertavalenciacuenca
@cubobymonet

@sheilaalgarra @xeylaaloha

Creo que es complicado definir los límites de la comunicación de los de otras disciplinas en un entorno tan cambiante como es el digital. La gestión de intangibles, a mí me gusta definirla así.

Trabajé en **COFIDES** durante un año y medio donde aprendí a cuidar a las marcas. Además, más que una experiencia, un reto. Una de las cosas más importantes en la comunicación corporativa es ser un buen traductor de tecnicismos a un lenguaje común y trasladar el lenguaje financiero de esta sociedad de carácter estatal fue uno de los grandes aprendizajes.

Sheila Algarra

Después he tenido la oportunidad de entrar en el tercer sector en la Asociación de Usuarios de Bancos Cajas y Seguros, **ADICAE**, donde tuve la oportunidad de entrar en **el tercer sector** donde quiero seguir desarrollándome. Aquí mi misión ha sido doble. Por un lado, he apoyado los contenidos económicos, legales y, en general, de consumo, que engloban la parte más estructural de la asociación. Por otro lado, he coordinado el proyecto nacional: "Retos de los consumidores ante las redes sociales y la innovación digital: nuevas tendencias y canales de publicidad, información y compra" financiado por el Ministerio de Consumo. Un proyecto que ha tenido el ambicioso objetivo de romper la brecha digital por medio de la alfabetización y que, además, tuve la suerte de redactarlo. Mi función principal ha sido impulsar y coordinar la difusión del proyecto y sus actividades a todos los niveles, incluida las campañas de publicidad online y offline.

Estudié **Periodismo en la UCLM** y me especialicé en **Comunicación y Nuevas Tecnologías en ESIC** donde interioricé la importancia de tener una visión creativa a la vez que estratégica. Lo más destacable de mi experiencia profesional ha sido aprender la receta de factores para conseguir buenos objetivos: el trabajo en equipo, el compromiso, el sentido común y, lo más importante siempre, **las personas**. Durante estos veintisiete años de existencia he hecho más cosas que posiblemente sean de tu interés, pero prefiero reservármelas para el día que hablemos personalmente.

UN CUERPO SIN EXPRESIÓN

UN ARTÍCULO DE OPINIÓN SOBRE LA CULTURA DE LA IMAGEN

No hay nada más bonito ni puro que la sinceridad de una sonrisa. Tampoco más inocente que las pecas de una niña cuando llega el verano, ni una carcajada de un niño al ver a su abuelo. La pureza de una lágrima, un cabello que se desliza sobre la cara, una falda que corre con el soplido del viento.

Todo ser humano goza de la perfección, es trazado de tal manera que sea único. Sin embargo, nos han adoctrinado en un modo de ver la vida donde los valores y los defectos infunden una ingrata hipocresía. Un mundo donde la belleza de las cosas se sumerge en una lucha por alcanzar la talla 36. Nos han enseñado que no hay mujer bonita que mida menos de 1,70 de altura, que no tenga unos labios gruesos muy rojizos, una cara fina pero con unos pómulos marcados, una cintura que abarque la mano pero con unos pechos grandes. Cuerpos imposibles, figuras que provocan paranoias mentales en las que todo el mundo quiere tener un hueco.

Los cánones de belleza atribuidos en nuestra sociedad condenan a no aceptarse. El cuerpo se ha convertido en el centro de una inquietud e insatisfacción constante. La cultura en la que vivimos provoca pensar en nuestros “defectos” como si de un pantalón o un armario se tratara. Víctimas de ser “defectuosos”.

La cultura de la imagen

Siempre ha habido cánones de belleza, ideales que han cambiado y evolucionado con el tiempo. En otros periodos, una figura bonita era la de caderas anchas que mostraban la fertilidad y la tez pálida revelando la poca aproximación al campo y al sol. Hoy en día ocurre lo mismo, pero con un gran agravante que hace un flaco favor a la salud; los medios de comunicación en general y los spot publicitarios en particular. Programas televisivos muestran que para cambiar por dentro primero tienes que cambiar por fuera, dándole una importancia exacerbada a físico como si de ello dependiera el oxígeno con el que la humanidad respira. Un ejemplo es ‘Cámbiame’ de Telecinco, que cambia por completo los estilos de vestir e intenta tapar los defectos físicos, encima para colmo vende al espectador nada más y nada menos que una obra social.

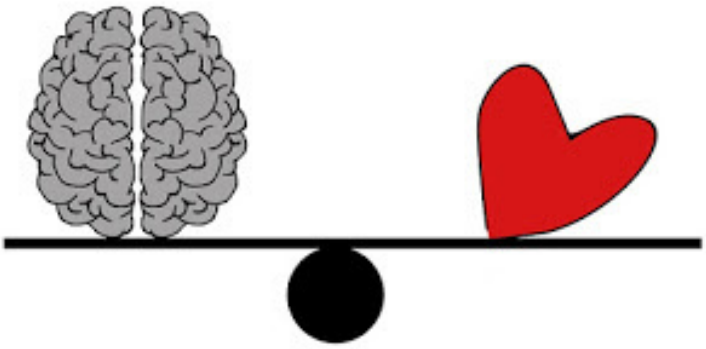
Otro de los problemas que generan los medios de comunicación es el machismo que trasmiten a la hora de apostar los cuerpos femeninos como modelo de negocio. El ejemplo que se lleva la palma en este aspecto es la prensa deportiva, pero parece que esta moda de modelo de negocio comienza a fallar (además siempre son mujeres como si la prensa solo fuera leída por hombres). Cuando se anunció el rediseño de la revista Playboy, se propuso eliminar las fotografías de mujeres desnudas de sus portadas. Sin embargo, esto es más bien un paso atrás porque no se ha planteado desde el machismo, sino por rentabilidad económica. En esta cultura de la imagen en la que vivimos estamos tan acostumbrados a ver desnudos que estos modelos han dejado de rentar. El director ejecutivo de la revista lo dejó claro con su declaración: “ahora estás a sólo un click de lejos de cualquier acto sexual que te imagines de forma gratuita”, por ello cree que ese modelo “es cosa del pasado en este momento”.

Hay veces que a la mariposa le gusta recordar que un día fue gusano y defender a los que todavía lo son. Inma Cuesta ha provocado un gran debate este fin de semana tras denunciar a través de la red social Instagram los retoques exacerbados de una fotografía en la portada de la revista dominical de 'El Periódico'. La actriz ha subido la imagen auténtica junto a la retocada con frases como: "Verte y no reconocerte, descubrir que tu imagen está en manos de personas que tienen un sentido de la belleza absolutamente irreal".

Este no es el único caso de famosas que se rebelan contra los excesos de los retoques y apuestan por la naturalidad. Famosas como Kate Winslet o Julia Roberts se han manifestado en otras ocasiones en contra de esta situación. La semana pasada también surgió otro debate en torno a la “magia del PhotoShop”, la marca de lencería Victoria’s Secret lanzó una foto de una de sus modelos sin nalga izquierda, pero uno de los seguidores de la firma decidió arreglar el fallo y subirla a las redes.

Es un problema importante, pero, al menos, se empieza a ver algunas reacciones contra esta cultura de la estética. Contra este mundo decantado por una precaria identidad que lucha por la eterna juventud. Cuerpos que se contonean por las ciudades con diferentes versiones de un mismo patrón.

MICRORRELATOS



Un viaje cualquiera

Sheila Algarra

- ¡Vamos siguiente! Me toca.

- Deposite sobre esa caja todas sus pertenencias. Rápido.

- Que suerte he tenido, todo el mundo se ha cambiado de fila, llegaré con tiempo para comer algo en la estación.

- ¿No entiende lo que es deposite todo? ¡Vamos!

Sobre aquel insólito mostrador metálico he colocado mis llaves, las vueltas del desayuno de esta mañana y mi mochila. No sé qué más quiere este señor.

- Nada, regístrale a este que no entiende el cristiano.

Todo el mundo me mira y tiene mucha prisa. Empiezo entenderlo todo.

- Está limpio.

- Me jode tener que ponerme así, pero en estos tiempos cualquiera se fía.

Vacaciones de verano

Sheila Algarra

Repaso mi vida tendida en el suelo de la entrada. La desesperación por este calor consigue sacarme los instintos más primarios. Lo he probado todo.

El reloj de la pared dice que son las 22:03 y el calendario que es 7 de septiembre.

No puedo parar de mirarlo, una parte de mi sabe estamos en ese momento, ya me he encargado yo de comprobar que todo está bien. Sin embargo, cada vez que pasa medio minuto, dudo y vuelvo a buscar respuestas en ese aparato circular de madera. El reloj es tan arcaico que me fascina que consiga indicar el momento en el que vivimos. Miro mi maleta verde lima y sigue junto a la puerta. Por un segundo se me ronda la idea de moverla, pero yo no tengo ni fuerzas ni ganas para apartar el equipaje.

Mañana por fin vuelvo al trabajo. Después de mi mes de vacaciones para desconectar, que, por cierto, maldito momento en el que se me ocurrió esto. Irme sin móvil para desconectar me dije, y solo me ha provocado que esté así de angustiada.

¿De qué me ha servido el viaje si no tengo imágenes para recordar? ¿Si no lo puedo enseñar? Si mi memoria ha borrado todo ya.

Algo se arrodilla a mis pies y me ofrece una calma que empieza a vibrar.

En realidad, me ha dado la libertad.

Un sentimiento extraño me empieza a recorrer; ¿es felicidad, tranquilidad, diversión, entretenimiento? No. Creo que por fin sé que estoy aquí. Existo.

EN TIEMPOS DE INCERTIDUMBRE

Sheila Algarra

Sociedad sobreinformada en tiempos de exceso de datos, amantes de las evidencias y sin espacio para los matices. Capaces de volar a cualquier parte e instante y sin tiempo para contemplar. Estar y no encontrar, mirar y no observar.

Generaciones educadas bajo la certeza de la recompensa cortoplacista que hoy no existe. Viviendo constantemente entre el debo y el quiero, entre el valgo y el puedo. Ansiando el olvido del qué queremos. No hay tiempo para la meditación y mucho menos para cambiar de opinión. Significaría perder tiempo.

Por supuesto, hay gente que no. Hay personas que siempre lo tienen todo claro. Esta incertidumbre no forma parte de sus planes. A mí me fascinan. Tienen la visión de negocio perfectamente adaptada a sus aptitudes más personales. Ellos conviven permanentemente con la razón y la suerte. Todos los astros se alinean en sus nacimientos para que estos seres vivan haciendo lo que les gusta y que, además, esté bien valorado social y económicamente. Nunca han tenido dilemas morales. Encantados de la vida y la vida con ellos pueden dejar de leer.

Me dirijo a los indecisos. Los que viven en tiempos de grandes certezas y ellos no tienen ninguna. Los que un día decidieron apostar por la vocación y a la semana por la seguridad. Los que se quieren mojar, pero miran si el agua está seca.

Y no, no es culpa de ellos, esta sociedad acaba con los sueños, asfixia la esperanza y se limpia con el esfuerzo. Conduce a sus inquilinos a la ansiedad y estos, al luchar por evitarla, acaban olvidando sus metas. Y lo peor de todo es que nos han engañado.

No hay carreras sin salidas ni formaciones con premios. Llegó la crisis de las certezas. Se inyecta la sustancia drogodependiente de la incertidumbre y que, aunque casi nunca lo vemos, puede ser sinónimo de oportunidad.

No podemos seguir pensando bajo la lógica causa-efecto en la que se vivió en unos tiempos que ni si quiera nosotros hemos visto. Este futuro incierto igual viene plagado de robots que sustituyen a la mayoría de nosotros y todo cambia. Igual solo sobrevive el que luchó por ser diferente y miró más allá de la seguridad.

Sí, todos vemos ese futuro muy lejano y creemos que los trabajos que pueden cubrir los robots son muy limitados e inválidos para los que requieren trato con el público. Pero igual no somos conscientes de su alcance; según la Organización Internacional del Trabajo, entre el 47% y el 80% de los trabajos son potencialmente realizables por robots. ¿Podrías afirmar sin dudar que el tuyo es completamente insustituible?

Además, esto no es cosa de ese futuro lejano. En una fábrica china han sustituido al 90% del personal por robots, y la producción ha crecido un 250%. Y esto no llega con el 2017, ya en 2015 una fábrica china también sustituyó a 600 empleados por 60 robots, ... Y así muchos ejemplos de cómo esto es ya una realidad.

Aceptemos la duda. Somos incertidumbre, y hasta que no lo admitamos, no distinguiremos su abanico de posibilidades. Si fuéramos certezas, ¿cuál sería el misterio? La obsesión por la seguridad educa paradójicamente en la inseguridad. Ofuscarse con lo previsible, con la indagación eterna y absurda de la comodidad, es la ansiedad más agónica.

INFORMES Y CARTELERÍA

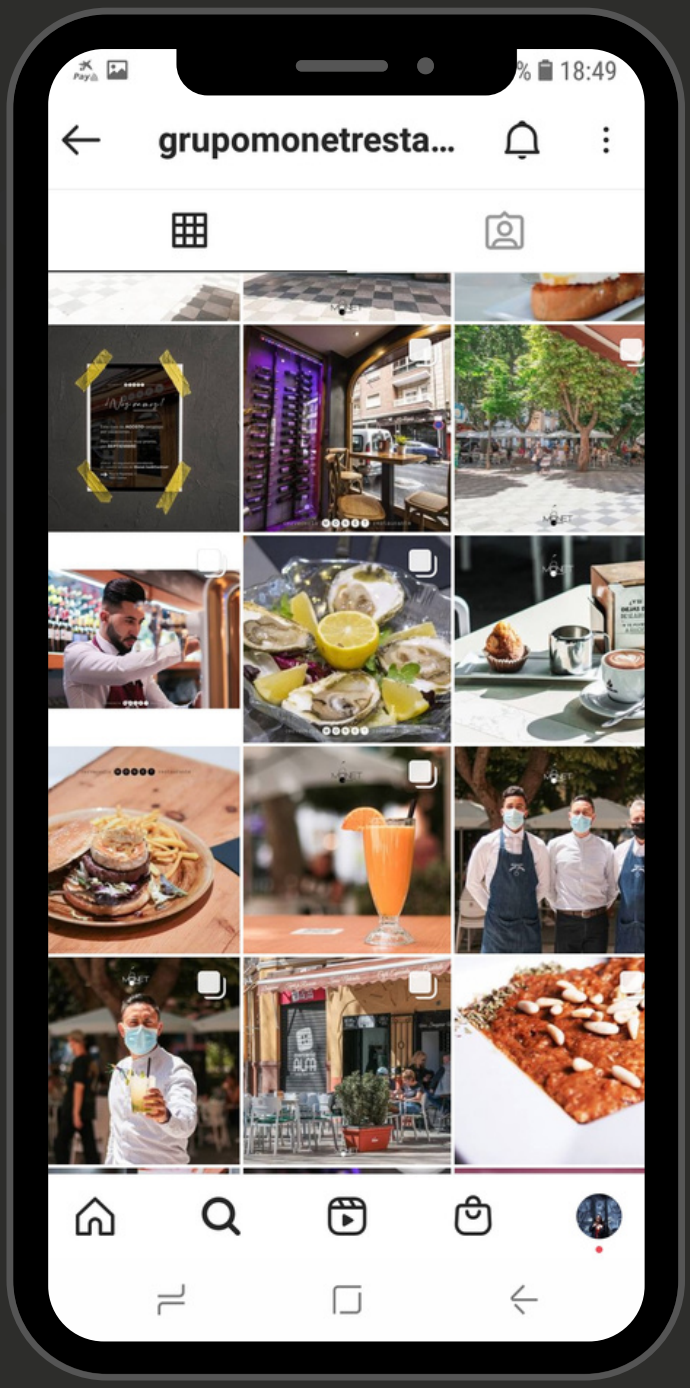
MAQUETACIÓN

EN LA PARTE DE ARRIBA SE PUEDEN APRECIAR ELABORACIÓN DE INFORMES Y ABAJO CARTELERÍA DE ACTIVIDADES

INSTAGRAM

GESTIÓN DE REDES

EJEMPLOS DE CREATIVIDADES PARA INSTAGRAM



INSTAGRAM

GESTIÓN DE REDES

ALGUNAS CREATIVIDADES PARA ESTA RED SOCIAL

INSTAGRAM

ILUSTRACIONES

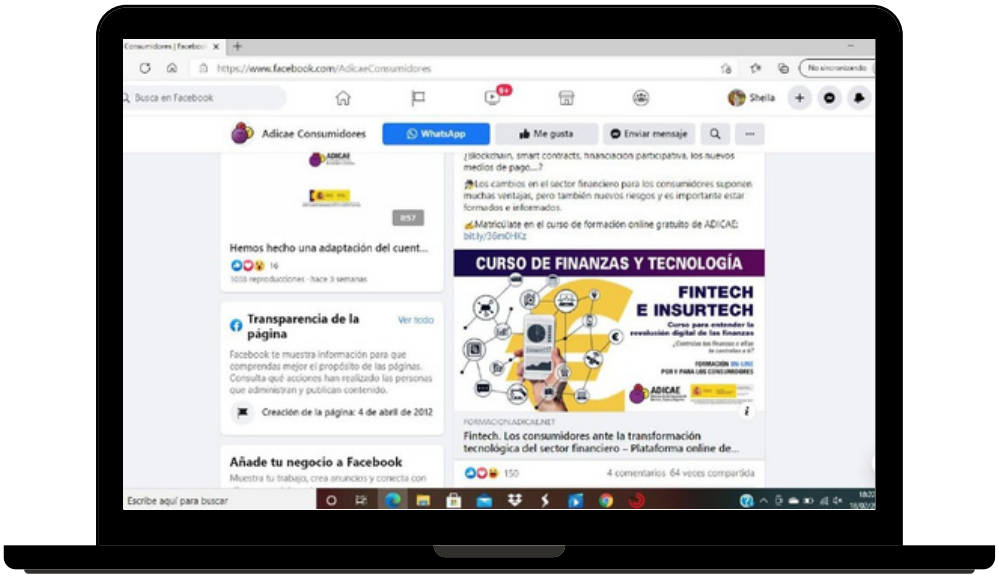
ALGUNAS CREATIVIDADES

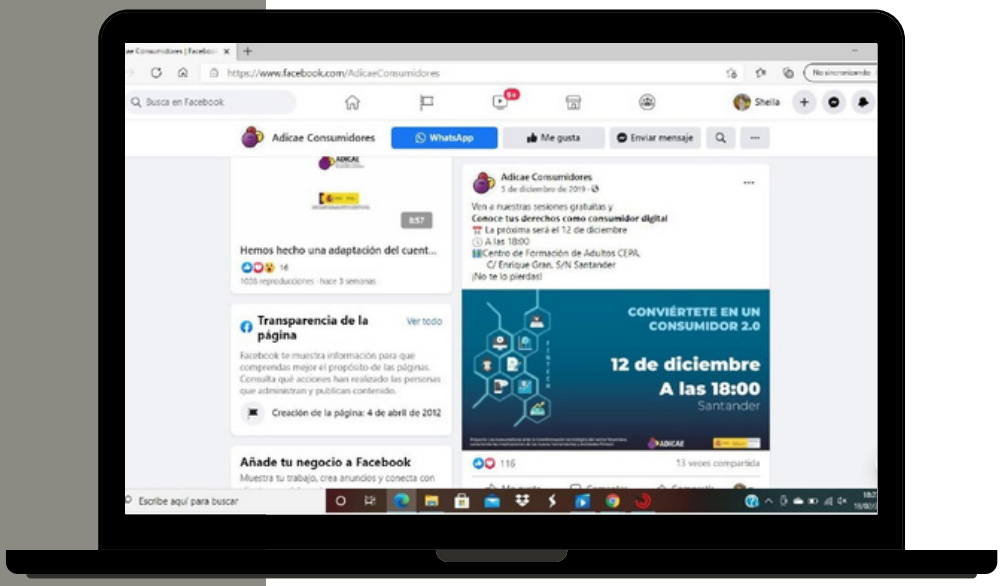
INSTAGRAM

ILUSTRACIONES

ALGUNAS CREATIVIDADES

Y TAMBIÉN...





CAMPAÑAS EN REDES SOCIALES

Son ejemplos de campañas.

MÁS CAMPAÑAS

CAMPAÑAS EN REDES SOCIALES

Son ejemplos de campañas.

2021

MUCHAS GRACIAS

SHEILA ALGARRA TOMILLO